

ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОРИЧНОЇ НОМІНАЦІЇ В АНГЛОМОВНІЙ ФІНАНСОВІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

М.В. Романюха

У роботі досліджується одна з найбільш динамічних терміносистем – фінансова. Певна частина термінів представлена метафорами. Проведено семантичний аналіз метафоричних термінів та застосовано класифікацію за принципом допоміжного суб'єкта метафоризації. Найбільші групи - антропометрична, зооморфічна та просторова модель. Також виділено медичну та фітонімічну модель. При розгортанні метафори-терміна текст набуває зв'язності. Метафора в сильних позиціях тексту надає структурі тексту повідомлення максимальної прозорості, зрозумілості.

Здатність до метафоричних переносів як вияв асоціативного мислення відіграє надзвичайно важливу роль у науковому пізнанні. Вважається, що метафоризація як спосіб терміноутворення з'являється на більш просунутому етапі розвитку наук [1, 90]. Вже не дивує той факт, що термінологічний апарат більшості наук певною мірою базується на метафорі [2, 98].

Фінансова термінологія є однією з найбільш динамічних терміносистем, тут трапляються різноманітні мовні одиниці: сленг, фразеологічні одиниці, стерті і живі метафори. Двомовна лексикографія не встигає за темпами розвитку цього шару лексики, та й не усі «buzz words of finance» приживуться та будуть закріплені лексичною системою мови. Завдяки цій динамічності цей матеріал завжди буде привертати увагу дослідників.

Терміни-метафори, відібрані з он-лайн словників фінансової термінології, стали об'єктом нашого дослідження (68 одиниць). З питання про принципи класифікації мовного матеріалу серед науковців немає однастайності. Вчені виділяють від 2 [3] до 8 чинників [4]. Вельми показовою є класифікація за принципом основного суб'єкта метафоризації. З таким принципом лінгвісти підходять до вивчення політичної метафори, тобто такої, що вживається для характеристики політичних подій, явищ, лідерів тощо. Відомими в цьому напрямку є дослідження А.Н. Баранова, А.П. Чудінова. Цікавим видається дослідження когнітивних особливостей номінації у фінансовій термінології та ролі розгорнутої метафори-терміна у тексті, тобто дослідження номінативної та текстоформуючої функції метафори.

З точки зору етимології терміносистеми мають різне походження. Так, в англійській театральній та музичній терміносистемах домінують італійські та німецькі запозичення відповідно [1, 74]. В кожному випадку явище запозичень обумовлене історичними причинами, розвитком національної мови та відповідної сфери діяльності. Що стосується фінансової термінології, то зараз на економічну арену доволі впевнено виходять країни Азії, так звані emergent economies. Вони збагатили словник такими одиницями, як 'sushi bond', 'dragon bond', 'samurai market', 'white elephant', 'Chinese Wall', 'yo-yo-stock'.

Характерним способом номінації в будь-якій термінології є антропометричність, терміни завжди пов'язані з людиною та її уявленнями про світ: «сам вибір того чи іншого підґрунтя для метафори пов'язаний зі здатністю людини вимірювати усе нове для неї (у тому числі й реально вимірюване) за схожістю з собою або завдяки предметам простору, з якими людина має справу в практичному досвіді» [6, 182].

Дійсно, метафори-терміни, як і метафори взагалі, базуються на нашому безпосередньому досвіді [7, 14]. Так, покоління, яке вимушене піклуватися, з одного боку, про старіючих батьків, а з другого, про молодих, ще недосвідчених дітей, називається 'sandwich generation'. 'Cockroach theory' – ринкова теорія про погані новини, що приходять одна за одною, має таку назву, оскільки неприємні всім таргани живуть групами, що приносить багато неприємностей. Класичний приклад 'money launder' – 'відмивання грошей' також базується на найбільшому банальному

досвіді прання, тобто надання речам більш презентабельного вигляду; що стосується грошей, то мається на увазі рух нелегально набутих коштів, або 'брудних грошей', через фінансові установи, що повинні забезпечити їм легальність, 'чистоту'.

До антропометричної метафори було віднесено такі одиниці: *Jennifer Lopez* – одиниця технічного аналізу, про закруглену форму графіку росту цін, коли спад заміняється ростом; *white knight* – максимально прийнятний покупець компанії; *gray knight* – потенційний покупець, який робить більш вигідну пропозицію, але переслідує власні інтереси; *black knight* – потенційний покупець, що робить небажану для фірми пропозицію про її купівлю; *sleeping beauty* – надзвичайно приваблива ціль поглинання, який ще не було зроблено пропозиції про поглинання; *zombie* – компанії, які після банкрутства або поглинання більш великою компанією продовжують функціонувати; *mom-and-pop atmosphere* – про приязну обстановку у невеликій неабмітній компанії; *Jekyll and Hyde* (алюзія на твір Р.Л.Стивенсона), в одному зі значень сильні та слабкі сторони фінансового звіту компанії; *sweetheart deal* – надзвичайно приваблива пропозиція; *fall out of bed* – стрімке падіння вартості акцій через неуспішні угоди; *godfather offer* – агресивна тактика захоплення, пропонування великих компенсацій; *head and shoulders* – (термін технічного аналізу) вигляд графіку, на якому ціна досягає піку та спадає, потім знову піднімається, але вище попередньої позначки і знов спадає, потім піднімається в останній раз, але не досягає попереднього піку та спадає; найвища точка – голова, інші – плечі.

Окрім антропоморфічної, надзвичайно актуальною для будь-якої термінології є зооморфічна метафора. У фінансовому словнику було виділено такі одиниці: *killer bees* – особи, що намагаються запобігти небажаному поглинанню компанії компанією, при цьому роблячи ціль максимально недоступною та непривабливою для ворога; *lame duck* – людина, що збанкрутувала на біржі або погрузла у боргах; *bull* – спекулянт, що сподівається на зростання цін на цінні папери; *butterfly* – розділення компанії з випуском двох акцій замість одної; *pig* – жадібний інвестор, який після невеликого виграшу на біржі не продає акції, а чекає на більший прибуток; *white elephant* – невідгдане капіталовкладення; *shark repellent* – антизагарбницька тактика.

Окрім антропоморфічних, зооморфічних метафор у фінансовій термінології окрему велику групу представлено просторовою метафорою моделі MORE IS UP, LESS IS DOWN. Фізичне підґрунтя такого метафоричного переносу полягає в наступному. При додаванні речовини у посудину рівень речовини підвищується [7, 16].

The number of books printed each year keeps *going up*.

Це надзвичайно продуктивна модель для економіки, де ми маємо справу з цифрами, показниками, рейтингами і т.д. Тут було отримано такі метафори: *air-pocket stock* – стрімке спадання цін на акції; *yo-yo stock* – стрибкоподібний рух цін на акції; *descending tops* – графік спадання цін на акції, де кожний наступний пік нижче попереднього; *bottom fisher* – інвестор, що полює на цінні папери, що сильно подешевіли; *falling knife* – стрімке спадання цін на акції за короткий період; *high flyer* – спекулятивні акції, що різко падають та зростають за короткий період. Сам вибір сфери руху для позначення змін показників базується на практиці ототожнення понять кількості та вертикальності. Як стверджує Дж. Лакофф, метафора *More is up, less is down* зафіксована в багатьох мовах; а протилежної моделі - *More is down, less is up* – не існує в жодній мові, адже для її підтвердження не може існувати практичного досвіду [8, www.cogsci.berkeley.edu].

Великий потенціал для економічної метафорики має медична метафора. У словнику за показником частотності ці метафори представляють невелику групу: *poison pill* – тактика захисту від небажаного захоплення; *suicide pill* – тактика захисту від небажаного захоплення, яка може знищити компанію або призвести до її банкрутства; *donor* – особа, яка надає власність або активи.

Однак при зверненні до економічних текстів цей потенціал підтвердився численними прикладами. Словникове значення дієслова *drip-feed* – ‘капельне введення’ отримує додаткове, okazіональне значення – ‘вносити невеликими сумами’ в повідомленні про планування інвестицій:

Market timing is never easy, so if you have a large sum to invest, you may prefer to drip-feed it in, either through a regular savings plan or by investing in chunks (Times Online, May 06, 2006).

У цьому повідомленні мова йде про успішність ірландської інформаційної агенції після її викупу великою компанією. Знову маємо справу з медициною – успіх ірландцям принесли ‘грошові вливання’:

The company now has 35 employees, more than double the number it had before the takeover. According to Lynch, the capital injection as a result of the deal has also allowed the firm to develop its databases “to the point where it is nearly as good as the UK despite the absence of personal postcodes for every household” (The Sunday Times Online, February 12, 2006).

У наступному уривку мова йде про дві великі мережі швидкого харчування США – Yum! та KFC. У важкі часи Yum! поставила KFC на ноги:

Yum! has the resources to get things right in the end, even with some wobbles along the way. It brought Taco Bell back from a very bumpy patch in 1998-99, when falling sales forced some franchisees to turn to Yum! for loans. Lately it has nursed KFC through three years of weak sales, when too little product development left the brand looking “tired and poorly positioned”, according to Restaurant Research, an independent consultancy (The Economist, August 25, 2005).

Схожий потенціал відчувається і у фітонімічній моделі. У словнику маємо три метафори: *seed capital* – стартовий капітал; *evergreen funding* – необмежено поновлюваний кредит; *woody* – потужний рух ринку догори.

Специфіка метафор-термінів фінансових словників вимагає розгляду їх функцій. Первинна функція терміна – номінативна. Беручи до уваги те, що терміни являються невід’ємною частиною певної дисципліни, ми можемо говорити про теоретичну функцію метафори [9, 290]. Однак при дослідженні повідомлень преси на економічну тематику ми бачимо, що метафора, навіть як термін, залишається зображувальним засобом мови і демонструє здатність до розгортання образів. Тобто до метафори повертається традиційна експресивна функція. При розгортанні образу стерті метафори-терміни оживають, прикрашаючи текст та привертаючи до нього увагу.

Fallen angels – це облігації, що втратили інвестиційну привабливість. У заголовку мова йде про інвестиційну непривабливість компаній Форд та Дженерал Моторз:

Can fallen angels find their wings again? (Times Online, May 07, 2005).

У наступному повідомленні мова йде про те, що цього року тенденція спадання цін на цінні папери влітку не підтверджується, необхідно бути сміливим та залишати гроші в цінних паперах на літній період, сподіваючись, що вартість буде зростати. (*bull market* – *growing market*):

This year it will be a brave investor who leaves the bull run for the holiday period (The Sunday Times, April 30, 2006).

Знову спостерігаємо розгорнутий образ бика: *to ride a bull’s back* – бути в розпалі ринку биків, тобто ринку, що зростає:

With most financial textbooks defining a bull market as one that has risen in excess of 20 per cent, it would seem logical to conclude we are currently riding merrily on a bull’s back (Calgary Herald, July 06, 2003).

Особливого стилістичного ефекту набуває розгорнута метафора в рамках усього повідомлення. Тут можна говорити про композиційну метафору [10, 84] або текстоформуючу функцію метафори [11, 221]. Розгорнута метафора в масштабі всього повідомлення надає тексту певної організованості. Текстоформуюча функція метафори підсилюється її появою у так званих «сильних позиціях» тексту (термін Арнольд І.В.) – заголовку, зачині, підзаголовках та закінченні.

У статті Businessweek про Ричарда Дж. Денніса, у минулому агресивного портфельного менеджера, метафору-термін подано у заголовку, найсильнішій позиції тексту та у закінченні:

RICH DENNIS: A GUNSLINGER NO MORE

Still, for investors it's a matter of trust that Dennis, once so quick to shoot from the hip, will keep his guns holstered in bad times as well as good (Businessweek, April 7, 1997).

Як стверджує І.В. Арнольд, сильні позиції тексту найбільш привабливі для читача, вони самі по собі привертають увагу та готують читача до сприйняття структури тексту [12, 136]. При появі метафори у сильній позиції текст набуває зв'язності, цілісності; компоненти тексту поєднуються в єдине ціле [11, 123].

У наступному повідомленні про започаткування регіонального фонду, що надає стартовий капітал, метафора-термін 'стартовий капітал' – 'seed capital' розгортається і займає стратегічно важливі позиції тексту. Так, маємо метафору у заголовку статті – *Planting the seeds of growth*. Спостерігаємо метафоричний зачин, в якому розгортається фітонімічний образ зерна; отримуємо багато рослинних образів: висаджування саджанців, яблуневе дерево, яблука, стрімке зростання, пагони, процес укорінення.

PLANTING THE SEEDS OF GROWTH

The legendary Johnny Appleseed made his way across the Midwest planting seeds so that this land would have many apple trees and apples. Today's version of this story relates to seed capital for new ventures. The seed capital is planted in fledgling enterprises in the hope that they will grow strong and bear fruit for the region.

The venture capital industry already provides this service to some extent. As Jack Wyant, founder of Blue Chip Venture Capital, said in his annual "State of Venture Capital" address, "We have more than our fair share of venture capital in the Greater Cincinnati region." The venture firms, however, don't really take companies from seed stage to maturity - they tend to invest in seedlings or companies that have "taken root" and have the capacity to grow quickly.

Ближче до закінчення тексту повідомлення концентрація метафор збільшується, виступаючи діагностичним показником логічного завершення повідомлення. Повторюється образ висаджування зерна, з'являються образи саду, дорослої яблуні та родючої землі. У цьому прикладі розгорнута метафора зерна є засобом «дистантної когезії», як це було зазначено у І.Р. Гальперіна [13, 77]:

The time to do it is now. There are plenty of stakeholders that can provide the expertise, capital and energy to make this happen. Like Johnny Appleseed, planting the seeds now will give Cincinnati a fantastic orchard in the future - the difference being that this happens in Internet time - not the 20 years it takes to grow a mature apple tree.

The Gallis Report believes this is an opportunity for growth. A broad-based fund with participation from all sectors (banking, corporate, venture) along with an entrepreneurial support system can make Cincinnati a fertile ground for entrepreneurs. (<http://www.cincypost.com/business/2000/small100200.html>)

Вплітаючись в логічне закінчення тексту, в якому, як правило, наводяться висновки або оцінка подій автором, метафора надає тексту максимальної завершеності та зв'язності.

У номінативному плані метафорами-рекордсменами за принципом частотності виявилися антропоморфна, зооморфна та просторова модель. Певний потенціал відчувається у медичній та фітонімічній метафори, однак у рамках фінансового словника ці метафори не вдалося виділити в окрему метафоричну модель. Результати, отримані на матеріалі фінансової термінології, мають важливе практичне значення у виокремленні найбільш частотних метафоричних моделей економічного дискурсу в цілому. Але виокремлення таких моделей потребує окремого дослідження.

Метафори-терміни демонструють цінну здатність до розгортання образу. Розгорнута метафора-термін у сильних позиціях надає тексту зв'язності, цілісності, робить структуру тексту більш зрозумілою, прозорою для читача. Ефект розгорнутої

метафори підсилюється завдяки її появі в сильних позиціях тексту. Інші способи підсилення ефекту розгорнутої метафори будуть розглянуті в наступних роботах.

SUMMARY

The purpose of this article is to study one of the most dynamic terminological systems – the financial system. Certain terms are metaphoric in nature. There has been carried out semantic analysis of metaphoric terms based on the principle of auxiliary subject of metaphorisation. The biggest groups are anthropometric, zoometric and spatial. Medical and phytomimic models have also been found. Metaphoric terms if prolonged make the text coherent. The structure of the text is most transparent and comprehensible if metaphors take strong positions.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Подколзина Т.А. Метафора и типология терминосистем// Философские науки / Гл. ред. П.А.Николаев. – М. – С.90-99.
2. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280с.
3. Galperin, I.R. Stylistics. – М.: Higher School, 1977. – 332с.
4. Москвин В.П. Русская метафора: Очерк семиотической теории. – М.: ЛЕНАНД, 2006. – 184с.
5. Баранов А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики/ Известия АН СССР. СЛЯ. – Т.63, №1. – 2004.
6. Телия В.Н. Метафоризация и её роль в создании языковой картины мира// Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира/ П.А. Серебrenников, Е.С. Кубрякова, В.И. Поставалова и др. – М.: Наука, 1988. – С. 173-204.
7. Lakoff, George and Johnson, Mark. Metaphors We Live by. – Chicago and London: The University of Chicago Press, 2003. – 276p.
8. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor// www.cogsci.berkeley.edu
9. Landheer R. Le rôle de la métaphorisation dans la métalangage linguistique /www.info-metaphore.com/articles/landheer-role-metaphorisation-metalangage-linguistique.html
10. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.:Просвещение, 1981. – 295с.
11. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург. – 2003. – 248 с.
12. Арнольд И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного произведения//Иностранные языки в школе. – 1978. - №4. – С.135-139.
13. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 238с.

Надійшла до редакції 19 лютого 2007 р.